

## **HUBUNGAN BAURAN PEMASARAN DENGAN KEPUTUSAN PASIEN RAWAT INAP MEMILIH LAYANAN KESEHATAN DI RUMAH SAKIT ISLAM FAISAL MAKASSAR TAHUN 2011**

### *RELATION OF MARKETING MIX WITH DECISION CHOOSING HEALTH SERVICE INPATIENT UNIT OF FAISAL ISLAMIC HOSPITAL MAKASSAR 2011*

Cahya Nurlia, Asiah Hamzah, Indar  
Bagian Administrasi dan Kebijakan Kesehatan FKM Unhas, Makassar

#### **ABSTRACT**

*This study aims to determine the relationship of marketing mix with decisions in choosing health service at Faisal Islamic Hospital. This type of research used quantitative with cross sectional approach. Samples of this research were patients in the inpatient installation as many as 205 respondents was determined by simple random sampling. The data collecting of this research using questionnaire. The results showed that there is a relationship marketing mix are product ( $p = 0.001$ ), price ( $p = 0.001$ ), where ( $p = 0.046$ ), promotion ( $p = 0.005$ ), men / health professionals ( $p = 0.002$ ), process ( $p = 0.003$ ), and physical appearance ( $p = 0.039$ ) with decision to choose health service inpatient unit of Faisal Islamic Hospital Makassar. Through this research, Faisal Islamic parties should increasing the hospital services by providing the best service so the patient who feel satisfied and will re-select the existing health services in Faisal Islamic Hospital Makassar.*

Key word : marketing mix, hospital, service

#### **Pendahuluan**

Rumah Sakit Islam Faisal Makassar merupakan salah satu rumah sakit swasta di Makassar yang menjadi alternatif bagi pasien dalam pemenuhan kebutuhan kesehatannya. Rumah Sakit Islam Faisal juga merasakan adanya tingkat persaingan yang semakin ketat dengan rumah sakit lainnya. Persaingan yang terjadi bukan hanya dari teknologi peralatan kesehatan, namun juga persaingan dalam memberikan pelayanan kesehatan yang berkualitas demi memenuhi kepuasan konsumen yang dapat meningkatkan jumlah pasien (Novitarini 2009).

Keberhasilan suatu rumah sakit, ditentukan oleh kemampuan manajemennya dalam memanfaatkan peluang yang terdapat di masyarakat dan mengelola bauran pemasaran yang ada. Kebutuhan pengetahuan terhadap faktor-faktor bauran pemasaran semakin diakui karena dengan strategi bauran pemasaran yang jitu suatu rumah sakit dapat mencapai tujuannya.

Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Ade Mustika Utama (2011) terdapat pengaruh bauran pemasaran terhadap variabel bauran pemasaran yang terdiri dari produk, tarif, lokasi, promosi, orang, proses dan tampilan fisik terhadap pasien dalam memanfaatkan jasa rawat jalan RSAL Jala

Ammari Lantamal VI Makassar dan penelitian yang dilakukan oleh M. Husni Mubarak (2011) terdapat hubungan antara produk, tarif, lokasi, promosi, orang, dan proses dengan minat kembali pasien di unit rawat jalan puskesmas kassi-kassi

Data Bed Occupancy Rate (BOR) yang merupakan indikator kinerja sebuah rumah sakit terlihat berfluktuasi. Pada tahun 2008 sebesar 69,69%, menurun 11,28% (58,41%) pada tahun 2009 dan mengalami kenaikan 9,41% (67,82%) pada tahun 2010. Standar BOR yang ideal untuk rumah sakit adalah 60-80%. (Profil rumah Sakit Islam Faisal. 2010. Makassar).

Berdasarkan data BOR yang ada dan dibandingkan dengan standar BOR seharusnya dapat diketahui bahwa kinerja rumah sakit masih belum ideal. Angka BOR yang masih rendah mengindikasikan pilihan pasien terhadap RS Islam Faisal masih rendah. Hal ini membuktikan bahwa pihak rumah sakit perlu meningkatkan strategi pemasarannya sehingga dapat menjadikan Rumah sakit Islam Faisal menjadi rumah sakit yang senantiasa menjadi pilihan bagi para pasien dibandingkan dengan rumah sakit lainnya. Dengan diketahuinya hubungan bauran pemasaran dengan keputusan pasien rawat inap memilih layanan kesehatan, RS Islam Faisal dapat meningkatkan strategi

pemasarannya yang berujung pada peningkatan kualitas.

### Rumusan Masalah

Bagaimana hubungan antara bauran pemasaran dengan keputusan pasien rawat inap memilih layanan kesehatan di Rumah Sakit Islam Faisal tahun 2011

### Tujuan Penelitian

#### 1. Tujuan Umum

Untuk mengetahui hubungan antara bauran pemasaran (*marketing mix*) dengan keputusan pasien rawat inap memilih layanan kesehatan di Rumah Sakit Islam Faisal Makassar tahun 2011

#### 2. Tujuan Khusus

Untuk mengetahui hubungan *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *process*, dan *physical facility* dengan keputusan pasien rawat inap memilih layanan kesehatan di Rumah Sakit Islam Faisal Kota Makassar tahun 2011.

### Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif bentuk survei dengan pendekatan *Cross Sectional study*.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua pasien yang ada di unit rawat inap Rumah Sakit Islam Faisal Kota Makassar tahun 2011. Adapun jumlah populasinya adalah 420 orang.

Prosedur pengambilan sampel yaitu dengan teknik *simple random sampling*, yaitu sampel dipilih langsung dari populasi dan besar peluang setiap anggota populasi untuk menjadi sampel sama besar. Adapun jumlah sampel adalah sebanyak 205 sampel.

Data primer diperoleh melalui teknik pengumpulan data dengan kuesioner. Sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari dokumen tertulis/registrasi pasien tentang kunjungan pasien ke unit rawat inap dan data yang berhubungan dengan pelayanan rawat inap Rumah Sakit Islam Faisal Kota Makassar Tahun 2011

Pengolahan data dilakukan secara elektronik dengan menggunakan komputer program SPSS. Model analisis data yang dilakukan adalah analisis univariat, bivariat dan 'multivariat. Data yang telah dianalisis disajikan dalam bentuk tabel distribusi, dan narasi untuk menggambarkan hubungan bauran pemasaran dengan keputusan memilih layanan kesehatan pada pasien unit rawat inap di Rumah Sakit Islam Faisal Makassar Tahun 2011.

### Hasil Penelitian

#### 1) Product

Hasil perhitungan statistik dengan uji *chi square* diperoleh nilai *p (value)* = 0,001 Karena nilai *p (value)*  $0,001 < 0,05$  maka hipotesis null ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan antara *product* dengan keputusan memilih layanan kesehatan di RS Islam Faisal Makassar. Berdasarkan lanjutan uji  $\phi$  diperoleh nilai  $\phi=0,249$  ini menunjukkan bahwa kekuatan hubungan sedang antara *product* dengan keputusan pasien memilih layanan kesehatan.

#### 2) Price

Hasil perhitungan statistik dengan uji *chi square* diperoleh nilai *p (value)* = 0,001 Karena nilai *p (value)*  $0,001 < 0,05$  maka hipotesis null ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan antara *price* dengan keputusan memilih layanan kesehatan di RS Islam Faisal Makassar. Sedangkan berdasarkan lanjutan uji  $\phi$  diperoleh nilai  $\phi = 0,269$  hal ini menunjukkan bahwa kekuatan hubungan sedang antara *price* dengan keputusan memilih layanan kesehatan.

#### 3) Promotion

Hasil perhitungan statistik dengan uji *chi square* diperoleh nilai *p (value)* = 0,046 Karena nilai *p (value)*  $0,046 < 0,05$  maka hipotesis null ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan antara *promotion* dengan keputusan memilih layanan kesehatan di RS Islam Faisal Makassar. Sedangkan berdasarkan lanjutan uji  $\phi$  diperoleh nilai  $\phi = 0,148$  hal ini

menunjukkan bahwa kekuatan hubungan sedang antara *promotion* dengan keputusan memilih layanan kesehatan di RS Islam Faisal Makassar.

4) Place

Hasil perhitungan statistik dengan uji *chi square* diperoleh nilai *p (value)* = 0,005 Karena nilai *p (value)*  $0,005 < 0,05$  maka hipotesis null ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan antara *place* dengan keputusan memilih layanan kesehatan di RS Islam Faisal Makassar. Sedangkan berdasarkan lanjutan uji  $\phi$  diperoleh nilai  $\phi$  = 0,209 hal ini menunjukkan bahwa kekuatan hubungan sedang antara *place* dengan keputusan memilih layanan kesehatan di RS Islam Faisal Makassar

5) People

Hasil perhitungan statistik dengan uji *chi square* diperoleh nilai *p (value)* = 0,002 Karena nilai *p (value)*  $0,002 < 0,05$  maka hipotesis null ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan antara *people* dengan keputusan memilih layanan kesehatan di RS Islam Faisal Makassar. Sedangkan berdasarkan lanjutan uji  $\phi$  diperoleh nilai  $\phi$  = 0,234 hal ini menunjukkan bahwa kekuatan hubungan sedang antara *people* dengan keputusan memilih layanan kesehatan di RS Islam Faisal Makassar

6) Process

Hasil perhitungan statistik dengan uji *chi square* diperoleh nilai *p (value)* = 0,003 Karena nilai *p (value)*  $0,003 < 0,05$  maka hipotesis null ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan antara *process* dengan keputusan memilih layanan kesehatan di RS Islam Faisal Makassar. Sedangkan berdasarkan lanjutan uji  $\phi$  diperoleh nilai  $\phi$  = 0,221 hal ini menunjukkan bahwa kekuatan hubungan sedang antara *process* dengan keputusan memilih layanan kesehatan di RS Islam Faisal Makassar.

7) Physical Facility

Hasil perhitungan statistik dengan uji *chi square* diperoleh nilai *p (value)* = 0,039 Karena nilai *p (value)*  $0,039 < 0,05$  maka

hipotesis null ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan antara *Physical Facility* dengan keputusan memilih layanan kesehatan di RS Islam Faisal Makassar. Sedangkan berdasarkan lanjutan uji  $\phi$  diperoleh nilai  $\phi$  = 0,158 hal ini menunjukkan bahwa kekuatan hubungan sedang antara *Physical Facility* dengan keputusan memilih layanan kesehatan di RS Islam Faisal Makassar.

## Pembahasan

### 1. Hubungan *Product* dengan Keputusan Memilih Layanan Kesehatan

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa kekuatan hubungan sedang antara *product* dengan keputusan memilih layanan kesehatan di RS Islam Faisal Makassar, sedangkan hasil penilaian responden, sebagian besar responden menilai *product* cukup baik yaitu 165 responden atau sebesar 80,5% dan sedikit menilai kurang baik yaitu 40 responden atau sebesar 19,5% dari 205 responden rawat inap. Hal ini didasarkan dari 5 pertanyaan yang diberikan rata-rata responden menjawab baik untuk variabel *product* RS Islam Faisal Makassar.

Semakin baik produk suatu RS maka akan semakin banyak pasien yang memutuskan untuk memilih layanan kesehatan di RS Islam Faisal. Responden yang mengatakan *product* kurang baik tetapi memutuskan untuk memilih layanan kesehatan karena sebagian responden membutuhkan layanan yang ada di RS Islam Faisal.

Berdasarkan pertanyaan-pertanyaan yang diberikan kepada responden mengenai *product* responden menilai bahwa produk RS Islam Faisal sudah cukup baik, peralatan yang digunakan untuk pemeriksaan pasien dianggap sudah cukup memadai dan mampu memenuhi kebutuhan responden akan layanan kesehatan. Responden mengatakan bahwa mereka memilih layanan di RS Islam Faisal sesuai dengan

yang mereka butuhkan sehingga mereka tidak perlu mencari pengobatan lain di luar RS Islam Faisal Makassar.

## **2. Hubungan *Price* dengan Keputusan Memilih Layanan Kesehatan**

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa kekuatan hubungan sedang antara *price* dengan keputusan memilih layanan kesehatan di RS Islam Faisal Makassar, sedangkan hasil penilaian responden, sebagian besar responden menilai *price* cukup baik yaitu 163 responden atau sebesar 79,5% dan sedikit menilai kurang baik yaitu 42 responden atau sebesar 20,5% dari 205 responden rawat inap. Hal ini di dasarkan dari 5 pertanyaan yang diberikan rata-rata responden menjawab baik untuk variabel *price* RS Islam Faisal Makassar.

Responden yang menyatakan *price* kurang baik tetapi tetap memilih layanan kesehatan karena harga yang ditawarkan sesuai dengan layanan yang mereka dapatkan.

Berdasarkan pertanyaan-pertanyaan yang diberikan kepada responden mengenai *price* responden menilai bahwa *price* RS Islam Faisal cukup baik, hal ini karena sebagian besar responden merupakan pasien yang pernah melakukan rawat inap sebelumnya dan mereka menganggap bahwa harga yang diberikan sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan di RS Islam Faisal Makassar.

Situasi dimana pilihan kita akan product sangat dipengaruhi oleh pertimbangan tarif. Pertimbangan tarif yang layak/ adil umumnya dipengaruhi oleh tingkat pendidikan dan status sosial ekonomi. Makin tinggi tingkat pendidikan seseorang maka pertimbangan kualitas produk merupakan hal yang urgen dibanding harga produk tersebut. Fenomena ini berlaku pula terhadap status sosial ekonomi seseorang.

## **3. Hubungan *Promotion* dengan Keputusan Memilih Layanan Kesehatan**

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa kekuatan hubungan sedang antara *promotion* dengan keputusan memilih

layanan kesehatan di RS Islam Faisal Makassar, sedangkan hasil penilaian responden, sebagian besar responden menilai *promotion* cukup baik yaitu 91 responden atau sebesar 44,4% dan sedikit menilai kurang baik yaitu 114 responden atau sebesar 55,6% dari 205 responden rawat inap. Hal ini di dasarkan dari 5 pertanyaan yang diberikan kepada responden untuk variabel *promotion* RS Islam Faisal Makassar.

Responden yang menganggap promosi cukup baik tetapi memutuskan untuk tidak memilih layanan kesehatan karena responden mengetahui keberadaan Rumah Sakit tetapi kurang mengetahui informasi lebih lanjut tentang layanan rumah sakit baik melalui media elektronik, cetak ataupun dari brosur dari rumah sakit. Responden yang menganggap promosi kurang baik tetapi tetap memilih layanan kesehatan karena mereka hanya mengetahui tentang rumah sakit dari keluarga, teman atau kerabat mereka. Informasi yang didapatkan memang tidak terlalu lengkap tetapi cukup untuk membuat responden memilih layanan yang ada di RS Islam Faisal Makassar.

Berdasarkan pertanyaan-pertanyaan yang diberikan kepada responden mengenai *promotion* responden mengatakan bahwa promosi yang dilakukan RS Islam Faisal Kurang baik. Pasien sebagian besar mengetahui RS Islam Faisal melalui *word of mouth*, sementara sebagian responden mengatakan bahwa perlu diadakan iklan berupa brosur untuk menunjang promosi dari RS Islam Faisal agar pasien tahu tentang jenis layanan serta peralatan penunjang yang ada di RS Islam Faisal sehingga pasien tidak ragu untuk memilih layanan kesehatan di RS Islam Faisal.

## **4. Hubungan *Place* dengan Keputusan Memilih Layanan Kesehatan**

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa terdapat hubungan yang sedang antara *place* dengan keputusan memilih layanan kesehatan di RS Islam Faisal

Makassar, sedangkan hasil penilaian responden sebagian besar responden menilai *place* cukup baik yaitu 154 responden atau sebesar 75,1% dan sedikit menilai kurang baik yaitu 51 responden atau sebesar 24,9% dari 205 responden rawat inap. Hal ini di dasarkan dari 5 pertanyaan yang diberikan kepada responden untuk variabel *place* RS Islam Faisal Makassar.

Responden yang menyatakan *place* cukup baik tetapi memutuskan untuk tidak memilih layanan kesehatan karena letak Rumah Sakit agak jauh dari rumah mereka, sedangkan responden yang menyatakan *place* kurang baik tetapi memutuskan untuk memilih layanan kesehatan karena mereka mengatakan bahwa walaupun letak rumah sakit tidak berada di jalan utama tetapi masih bisa dijangkau dengan alat transportasi umum maupun transportasi pribadi.

Menurut responden, *place* merupakan salah satu pertimbangan untuk memilih layanan kesehatan di RS Islam Faisal Makassar. Responden sebagian besar mengatakan bahwa letak RS Islam Faisal cukup mudah dijangkau serta jarak Rumah Sakit dari jalan utama tidak terlalu jauh.

Penilaian responden terhadap unsur lokasi ditentukan oleh jarak atau letaknya yang strategis, sebagian responden juga menyatakan bahwa jarak RS Islam Faisal Makassar dengan tempat tinggal mereka dekat dan mudah dijangkau. Hal ini sesuai dengan syarat pokok ketiga pelayanan kesehatan yang baik adalah mudah dicapai (*accessible*) oleh masyarakat. Dengan demikian untuk dapat mewujudkan pelayanan kesehatan yang baik, maka pengaturan distribusi sarana kesehatan menjadi sangat penting. Semakin jauh jarak pusat pelayanan kesehatan atau rumah sakit dari tempat tinggal masyarakat akan menurunkan permintaan terhadap pelayanan kesehatan (Mills Gilson, 1992).

##### **5. Hubungan *People* dengan Keputusan Memilih Layanan Kesehatan**

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa terdapat hubungan yang sedang

antara *people* dengan keputusan memilih layanan kesehatan di RS Islam Faisal Makassar, sedangkan hasil penilaian responden sebagian besar responden menilai *people* cukup baik yaitu 163 responden atau sebesar 79,5% dan sedikit menilai kurang baik yaitu 42 responden atau sebesar 20,5% dari 205 responden rawat inap. Hal ini di dasarkan dari 5 pertanyaan yang diberikan kepada Islam Faisal Makassar.

Responden yang menyatakan *people* (petugas kesehatan) kurang baik tetapi memutuskan memilih layanan kesehatan karena pasien mendapat perlakuan yang baik dari petugas kesehatan. Petugas kesehatan senantiasa menanyakan keluhan dan memeriksa keadaan pasien sehingga pasien merasa diperhatikan oleh petugas kesehatan.

*People* merupakan seluruh petugas kesehatan yang ada di Rumah Sakit yakni perawat, bidan, dan dokter. Menurut sebagian besar responden, para perawat yang ada di RS Faisal Makassar telah memberikan yang terbaik dalam hal melayani kebutuhan pasien. Para perawat yang sedang bertugas akan segera datang bila pasien memerlukan bantuan, dan senantiasa datang memeriksa dan mendengar keluhan pasien. Selain itu responden juga mengatakan bahwa petugas kesehatan yang bertugas memperlihatkan kedisiplinan mereka dengan memakai pakaian yang rapi, dengan demikian pasien akan merasa diperlakukan dengan baik sehingga mereka akan loyal terhadap RS Islam Faisal Makassar.

Hal ini menunjukkan bahwa untuk dapat terselenggaranya pelayanan kesehatan yang baik, maka hubungan petugas dengan pasien harus terjalin dengan baik dan amat diharapkan setiap petugas pelayanan kesehatan dapat dan bersedia memberikan perhatian yang cukup kepada pasiennya secara pribadi, memberikan pelayanan yang ramah, menampung dan mendengarkan semua

keluhan, serta menjawab dan memberikan keterangan yang se jelasnya – jelasnya tentang segala hal yang ingin diketahui oleh pasien.

#### **6. Hubungan *Process* dengan Keputusan Memilih Layanan Kesehatan**

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa kekuatan hubungan sedang antara *process* dengan keputusan memilih layanan kesehatan di RS Islam Faisal Makassar, sedangkan hasil penilaian responden sebagian besar responden menilai *process* cukup baik yaitu 161 responden atau sebesar 78,5% dan sedikit menilai kurang baik yaitu 44 responden atau sebesar 21,5% dari 205 responden rawat inap.

Responden yang menganggap *process* kurang baik tetapi memilih layanan kesehatan karena menurut responden proses administrasi yang ada di Rumah Sakit Islam Faisal tidak rumit serta mereka tidak perlu menunggu lama untuk mendapatkan tindakan.

Menurut penilaian responden proses yang dilalui di RS Islam Faisal sudah cukup baik dalam arti pasien tidak memerlukan waktu yang lama untuk mendapatkan tindakan ketika pertama kali datang ke Rumah Sakit hanya saja masih ada sebagian kecil pasien yang mengatakan bahwa mereka memerlukan waktu yang sedikit lama untuk menunggu di apotek tergantung dengan banyaknya antrian didepan apotek.

#### **7. Hubungan *Physical Facility* dengan Keputusan Memilih Layanan Kesehatan**

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa kekuatan hubungan sedang antara *physical facility* dengan keputusan memilih layanan kesehatan di RS Islam Faisal Makassar, sedangkan hasil penilaian responden sebagian besar responden menilai *physical facility* cukup baik yaitu 161 responden atau sebesar 78,5% dan sedikit menilai kurang baik yaitu 44 responden atau sebesar 21,5% dari 205 responden rawat inap. Hal ini di dasarkan dari 5 pertanyaan yang diberikan kepada responden untuk

variabel *physical facility* RS Islam Faisal Makassar.

Responden yang menjawab *physical facility* kurang baik tetapi memutuskan untuk memilih layanan kesehatan karena merasa nyaman dan menganggap kebersihan ruangan rawat inap terjaga dengan baik.

*Physical facility* ini menyangkut kenyamanan serta kebersihan di ruang rawat inap. Sebaian besar responden merasa nyaman dengan ruangan rawat inap di RS Islam Faisal sesuai dengan kelasnya masing-masing. Kebersihan ruangan senantiasa terjaga dengan adanya petugas kebersihan yang datang membersihkan ruangan pasien.

### **Kesimpulan dan Saran**

#### **A. Kesimpulan**

##### **1. *Product***

Ada hubungan antara *product* ( $p=0,001$ ) RS Islam Faisal dengan keputusan memilih layanan kesehatan di RS Islam Faisal Makassar.

##### **2. *Price***

Ada hubungan antara *price* ( $p=0,001$ ) RS Islam Faisal dengan keputusan memilih layanan kesehatan di RS Islam Faisal Makassar.

##### **3. *Promotion***

Ada hubungan antara *promotion* ( $p=0,046$ ) RS Islam Faisal dengan keputusan memilih layanan kesehatan di RS Islam Faisal Makassar.

##### **4. *Place***

Ada hubungan antara *place* ( $p=0,005$ ) RS Islam Faisal dengan keputusan memilih layanan kesehatan di RS Islam Faisal Makassar.

##### **5. *People***

Ada hubungan antara *people* ( $p=0,002$ ) RS Islam Faisal dengan keputusan memilih layanan kesehatan di RS Islam Faisal Makassar.

##### **6. *Process***

Ada hubungan antara *process* ( $p=0,003$ ) RS Islam Faisal dengan keputusan

memilih layanan kesehatan di RS Islam Faisal Makassar.

#### 7. *Physical Facility*

Ada hubungan antara *Physical Facility* ( $p=0,039$ ) RS Islam Faisal dengan keputusan memilih layanan kesehatan di RS Islam Faisal Makassar.

#### B. Saran

1. Saran dalam bidang promosi, pengadaan brosur tentang layanan rumah sakit
2. Saran untuk bauran pemasaran proses, memperbaiki sistem antrian/waktu tunggu pasien dalam mendapatkan pelayanan sehingga waktu lebih pendek
3. Saran untuk bauran pemasaran fasilitas fisik, memperhatikan kondisi kebersihan peralatan serta ruangan rawat inap pasien.

#### Daftar Pustaka

- Ade Mustika & Utomo. 2011. *Faktor Bauran Pemasaran Yang Mempengaruhi Pasien Dalam Memanfaatkan Jasa Rawat Jalan RSAL Jala Ammari Lantamal VI Makassar*. Skripsi Universitas Hasanuddin. Makassar.
- Asrianti. 2007. *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pasien Memanfaatkan Rawat Inap RSU Sawerigading Kota Palopo Tahun 2007*, Skripsi (Tidak Diterbitkan) Universitas Hasanuddin, Makassar
- Azwar, Azrul. 2010. *Pengantar Administrasi kesehatan*. Jakarta : Binapura Aksara
- Basu Swastha dan Irawan, 2001. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty
- Dinawan, Rhendria. 2010. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Membeli*. Tesis universitas Diponegoro Semarang. (Di akses pada tanggal 22 september 2011)
- Hasan, Iqbal. 2010. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta : PT Bumi aksara
- Hurriyati, Ratih. 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas konsumen*. Alfabeta. Bandung.
- Irham, Muhammad. 2011. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pasien Di Unit Rawat Jalan RSU 165 Moncongloe Lappara Kab. Maros Tahun 2010*. Skripsi Universitas Hasanuddin Makassar.
- Kotler & keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta : PT Erlangga.
- Mubarak, Husni. 2011. *Hubungan Bauran Pemasaran Dengan Minat Kembali Pasien Di Unit Rawat Jalan Puskesmas Kassi-Kassi Makassar Tahun 2011*. Skripsi Universitas Hasanuddin Makassar
- Notoadmodjo, Soekidjo. 2010. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Novitarini, Astri. 2008. *Pengaruh Kualitas Layanan, Komunikasi Word of mouth, dan Harga Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Pada Rumah Sakit Urip Sumoharjo Bandar Lampung*. (Di akses pada tanggal 22 September 2011)
- Poernomo, Dewi Ika Sari. 2009. *Analisis Pengaruh Persepsi Pasien Tentang Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pasien Di Poliklinik Rawat Jalan Rs Baptis Kediri*. Tesis Universitas Diponegoro Semarang. (Di akses pada tanggal 27 September 2011)
- Putra, Rezi Eka. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit AL Marinir Cilandak jakarta*. Skripsi Universitas Pembangunan Nasional Veteran. (Di akses pada tanggal 27 September 2011)
- Riduan dan Akdon. 2007. *Rumus Dan Data dalam Analisis Statistik*. Jakarta : Alfabeta.
- Riwidikdo, Handoko. 2009. *Statistik Kesehatan*. Jakarta : Media Cendekia Press.
- RS Islam Faisal. *Profil rumah Sakit Islam Faisal*. 2010. Makassar
- Seweng, Arifin. 2006. *Biostatistik II*. Buku Ajar Biostatistik FKM Universitas Hasanuddin. Makassar
- Simamora, Bilson. 2003. *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif Dan Profitabel*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Siringoringo, Hotniar. 2004. *Peran Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis No.3 Jilid 9. (Di akses pada tanggal 16 Oktober 2011)
- Stang. 2005. *Biostatistik Inferensial*. Jurusan biostatistik/KKB FKM Unhas
- Supriyanto dan Ernawati. 2010. *Pemasaran Industri Jasa Kesehatan*. Jogjakarta : Andi.